

LIETUVOS GYVENTOJŲ LŪKESČIAI IR JŲ VERTINIMO GALIMYBĖS

Algimantas Misiūnas, Rūta Jazukevičiūtė

Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas

Saulėtekio al. 9, 10222 Vilnius, Lietuva

El. paštas: algis.misiunas@gmail.com, ruta.jazukeviciute@gmail.com

Gauta: 2012 m. birželis Pataisyta: 2012 m. rugsėjis Paskelbta: 2012 m. lapkritis

Santrauka. Gyventojų lūkesčiai vertinami naudojant vartotojų nuomonių tyrimo rezultatus įvairiais pjūviais, skelbiamais Lietuvos statistikos departamento duomenų bazėje. Remiantis šiais duomenimis, analizuojamos gyventojų nuomonės apie namų ūkių finansinę padėtį, šalies ekonominę padėtį, galimybę įsigyti didesnius pirkinius ir galimybę sutaupyti kitimo tendencijos. Duomenų bazė suteikia galimybę tyrėjui atsižvelgti į gyventojų nuomonę apie infliacijos procesus bei nedarbo kitimo tendencijas. Priimant sprendimus vartoti ar investuoti svarbu įvertinti ne tik esamą situaciją, bet ir gyventojų nuomonę apie galimus pokyčius. Prielaida, kad gyventojai nurodė tikrąją savo nuomonę, remiasi tuo, kad jie yra suinteresuoti ir daro viską, kad kuo tiksliau įvertintų situaciją ir numatytą ateitį. Straipsnio pabaigoje pateikiamos vartotojų pasitikėjimo rodiklio tendencijos.

Reikšminiai žodžiai: vartotojai, lūkesčiai, pasitikėjimas, tendencijos.

1. Įvadas

Gyventojų lūkesčiai turi didelę reikšmę ekonominės politikos formavimui ir įtakos verslo įmonių veiklos pokyčiams. Prieš priimdamas sprendimą, vartoti ar investuoti, individas ne tik vertina esamą situaciją, bet ir formuoja nuomonę apie galimus pokyčius ateityje. Siekiant nustatyti vartojimo pokyčius ir jų įtaką verslo pasikeitimams, būtina įvertinti vartotojų lūkesčius ir jų pasitikėjimą vykdoma ūkine veikla, o ekonomikos subjektų elgesį įvertinti žvelgiant į ateitį.

Lietuvos statistikos departamento atliekamo vartotojų nuomonių tyrimo metu surenkama vertinga informacija, skirta numatyti vartotojų ketinimus pirkti arba jų galimybę sutaupyti, bei informacija apie tai, kaip jie vertina ekonominę padėtį, padedanti prognozuoti jos įtaką vartotojų ketinimams. Remiantis vartotojų nuomonių tyrimu, formuojamas kombinuotas rodiklis – vartotojų pasitikėjimo rodiklis (VPR), mokslinėje literatūroje dažnai vadinamas vartotojų lūkesčiais. Verta prisiminti, kad namų ūkių vartojimo išlaidos vidutiniškai sudaro apie 65 proc. bendrojo vidaus produkto (vertinant išlaidų metodu). Todėl vartotojų ketinimų pagrindu matuojami lūkesčiai yra itin svarbi ekonominė informacija.

Lūkesčiai suprantami kaip esamų ir būsimų įvykių ar faktų tikėtinų rezultatų apibūdinimas. Kalbėdami apie ekonominius lūkesčius vertiname situacijas, kuriose individualūs namų ūkiai bando nuspėti tam tikro kintamojo (kainos, pajamų, infliacijos, galimybių išlaidauti) galimus pokyčius. O. Blanchardas (2006) [1], cituodamas J. Muthą, tvirtino, kad žmonės nelinkę nuolatos daryti ekonominių klaidų rinkoje ir jie naudojami visa turima informacija, kad suprastų ekonominę situaciją. J. Muthas ekonometrijos bendruomenės susitikime 1959 m. pristatydamas racionalių lūkesčių hipotezę išskyrė du kertinius hipotezės aspektus: visų pirma, rinkoje prieinama informacija yra ribota, todėl ekonominė sistema ją tinkamai apdoroja, antra, lūkesčių formavimas priklauso nuo visos ekonominės sistemos struktūros. Autoriaus teigimu, racionalių lūkesčių hipotezės pritaikymas mikrolygmenyje tinkamai atspindi realią situaciją, jeigu naudojamosi gausiais empiriniais duomenimis. R. E. Lucasas (1979) [6] teigė, kad individualūs agentai formuoja „optimalias“ prognozes, gana tiksliai numato ateitį, esant sąlygai, kad individas naudojami visa jam prieinama informacija.

2. Lūkesčių implikavimas vartojimo teorijose

Vartojimo apimtis ir svyravimas gausiai tyrinėjami siekiant sukaupiti objektyvius duomenis vartotojų elgesiui paaiškinti. Šiuo tikslu plačiai naudojami gyventojų apklausų duomenys, kuriuos apdorojus galima atsakyti į probleminius klausimus apie polinkius vartoti ar taupyti. Supaprastinant vartojimo teoriją galima teigti, kad individo

apsisprendimą vartoti ar taupyti nulemia einamosios pajamos. Tačiau įkomponavus racionalius lūkesčius tampa akivaizdu, kad vartojimo sprendimus ypač veikia lūkesčiai dėl pajamų ateityje.

Nobelio premijos laureatai M. Friedmanas ir F. Modiglianis šeštame praėjusio amžiaus dešimtmetyje suformulavo savarankiškas vartojimo teorijas, paremtas lūkesčiais, – pastovių pajamų vartojimo teoriją ir gyvenimo ciklo vartojimo teoriją. Friedmanas (1986) [3] pabrėžė, kad vartotojo sprendimus lemia ne vien einamosios pajamos, bet ir numatomos pajamos. Modiglianis atkreipė dėmesį į visą individo gyvenimą jam priimant sprendimą vartoti einamuoju laikotarpiu. Tiesa, būsimos pajamos įvertinamos atsižvelgiant į praeities pajamas, t. y. lūkesčiai susiformuoja adaptyviai.

Įžvalgus vartotojas, išanalizavęs turimo finansinio ir kito turto vertę, apskaičiavęs dabartinę laukiamų neto darbo pajamų vertę ir tokiu būdu sužinojęs bendrojo turto vertę, planuodamas kasdienes išlaidas turėtų išleisti tokią bendrojo turto dalį, kad visą gyvenimą jo vartojimo lygis išliktų pastovus. Tačiau tipiškas vartotojas neatitinka įžvalgaus vartotojo apibrėžimo ir negali atspindėti būsimų vartotojų elgesio. Pagal O. Blanchardą, vartotojo elgsena nėra tokia nuspėjama, kaip pateikiama gyvenimo ciklo vartojimo teorijoje. Neatsižvelgdami į būsimų pajamų lūkesčius individai vartoja remdamiesi ir einamosiomis pajamomis, skirtingais gyvenimo etapais jie pasirenkę vartoti skirtingai – priklausomai nuo aplinkybių, statuso, amžiaus, rizikos pasiskolinti, darbo perspektyvų ir kitų veiksnių.

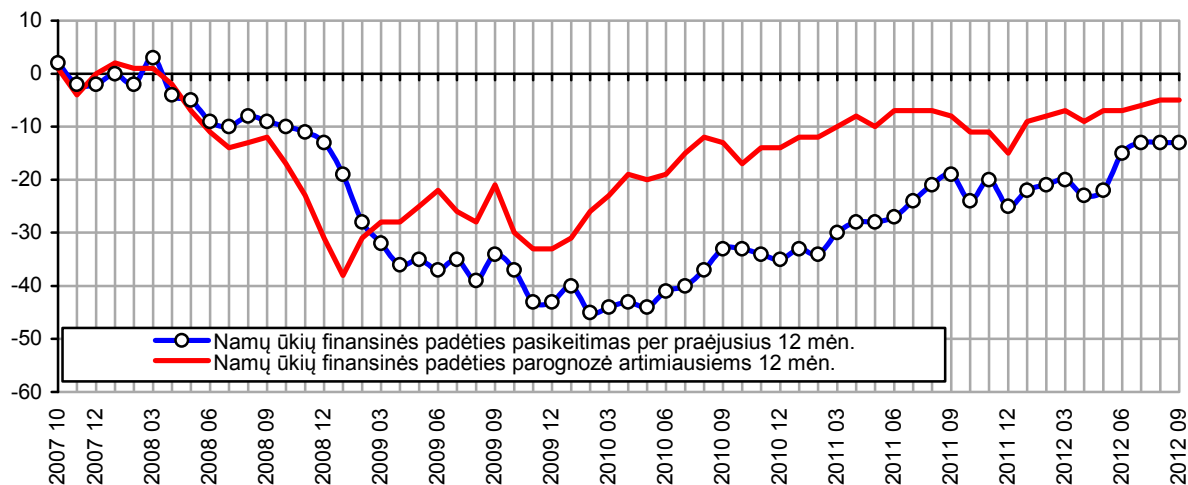
O. Blanchardas, remdamasis M. Friedmano pastovių pajamų hipoteze, praplečia vartojimo ir pajamų ryšį ir apibendrina: tikėtina, kad sumažėjus individo einamosioms pajamoms šis nebus linkęs tiek pat sumažinti savo vartojimo, be to, vartojimo apimtis gali kisti netgi esant toms pačioms einamosioms pajamoms skirtingais laikotarpiais. Atitinkamas išlaidų adaptavimas prie gaunamų pajamų priklauso nuo individo lūkesčių, kiek truks pajamų sumažėjimas ar padidėjimas. Tarkime, racionalus vartotojas recesijos laikotarpiu, kuomet smunka atlygis už darbą, nemažins išlaidų netektų pajamų dydžiu, nes tikės, kad nuosmukis yra laikinas ir ekonomika galiausiai sugrįš į normalų lygį, atstatysiantį buvusį darbo užmokestį. Atvirkščiai, klestėjimo laikotarpiu tikėtina, kad vartotojai vertins pagerėjusią situaciją kaip laikiną ir neskubės išleisti darbo pajamų prieaugio. Ekonomistai vėliau svarstė, kaip galima pakreipti vartotojų lūkesčius vartojimo augimui inicijuoti. Įtakingi valstybės pareigūnai gali kurti optimistinius gyventojų lūkesčius, įtaigiai pateikdami puikios ateities viziją. Kita vertus, vartotojų lūkesčiai ir pasitikėjimas skirtingais etapais gali būti ypač jautrus ir nenusipėjamas reiškinys; žymiai pablogėjus vartotojų lūkesčiams, lemiantiems sumažėjusią visuminę paklausą, gamybą ir išaugusį nedarbą, dažnai sudėtinga išskirti racionalią priežastį ir atvirkščiai, optimistiniai lūkesčiai gali susiformuoti nepriklausomai nuo pablogėjusių ekonominių, politinių ir socialinių sąlygų.

3. Lūkesčių vertinimo veiksniai

Lietuvos statistikos departamento kas mėnesį atliekamame vartotojų nuomonių tyrime surenkamos vertingos informacijos pagrindu formuojamo vartotojų pasitikėjimo rodiklio (VPR) kaitos analizė papildoma tradicinę ekonominę analizę galimybe išmatuoti vartotojų ketinimus pirkti ar taupyti. VPR yra skaičiuojamas kaip aritmetinis vidurkis iš atsakymų į klausimus procentinio pasiskirstymo balansų (labai gerai, gerai, neutraliai, blogai, labai blogai arba labai pagerėjo, pagerėjo, neutraliai, pablogėjo, labai pablogėjo). Atsakymų balansas gali įgyti reikšmės nuo –100 proc., kai visuose atsakymuose pasirenkamas kraštinis neigiamas atsakymo variantas, iki +100 proc., kai visi pasirenka kraštinį teigiamą atsakymo variantą [10]. VPR yra 4 atsakymų balansų įverčių aritmetinis vidurkis (kaip pasikeis namų ūkio finansinė padėtis per artimiausius 12 mėn.; kaip pasikeis šalies ekonominė padėtis per artimiausius 12 mėn.; kaip keisis bedarbių skaičius per artimiausius 12 mėn. (su priešingu ženklu); kokios galimybės sutaupyti per artimiausius 12 mėn.).

Gyventojų lūkesčius formuoja namų ūkių nuomonių dėl finansinės padėties, šalies ekonominės padėties, kainų lygio, tinkamumo įsigyti didesnius pirkinius, galimybės sutaupyti vertinimai. Dėl to naudinga nagrinėti kiekvienos iš šių dalių kaitą ir vertinti tendencijas.

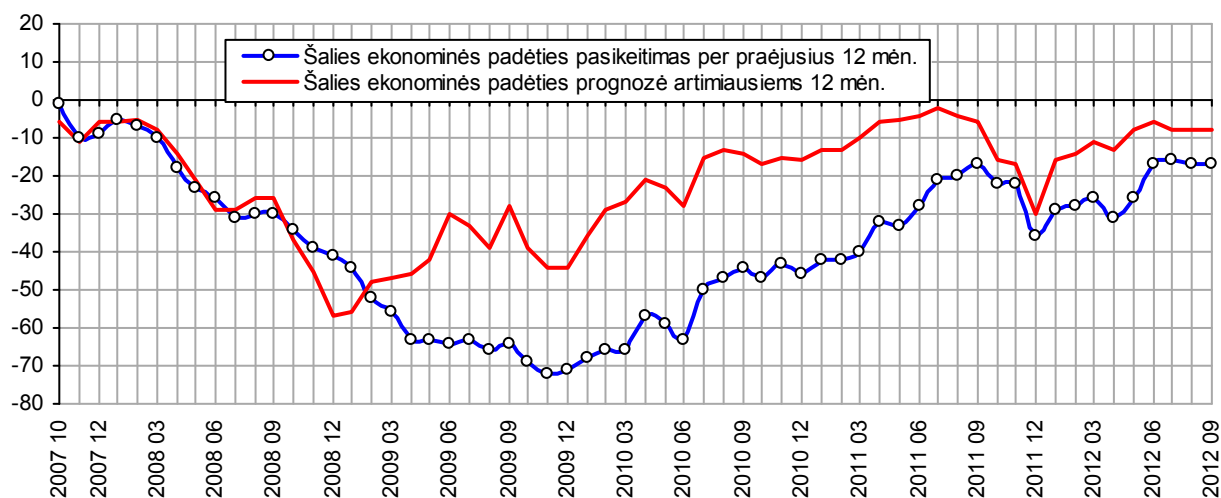
1 pav. duomenys iliustruoja, kad po krizės ėmus atsigausti ekonomikai Lietuvos gyventojai savo namų ūkių numatomą finansinę padėtį pradėjo geriau vertinti maždaug dviem ketvirčiais anksčiau nei praėjusio laikotarpio situaciją.



Šaltinis: apskaičiuota remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis <http://www.stat.gov.lt>.

1 pav. Namų ūkių nuomonės apie finansinę padėtį vertinimas

Tikėtina, kad tai buvo susiję su optimistiniu požiūriu į bendrą šalies ekonominę situaciją (žr. 2 pav.), bet nuomonės pasikeitė 2011 m. antroje pusėje prasidėjus ekonominiams sunkumams kai kuriose Europos Sąjungos šalyse ir sparčiai paplitus teiginiams, kad tai turės įtakos ir Lietuvos ekonomikai. Tačiau nuo 2012 m. pradžios, nors ir tęsiasi pesimistinės nuomonės dėl ES ateities, Lietuvos gyventojų nuomonės gerėja.



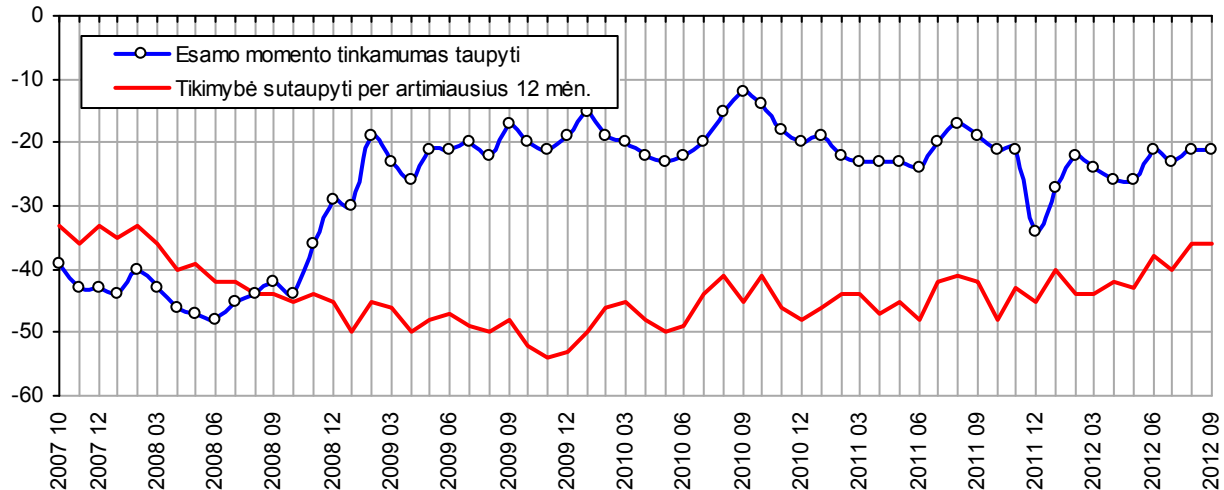
Šaltinis: apskaičiuota remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis <http://www.stat.gov.lt>.

2 pav. Namų ūkių nuomonės apie šalies ekonominę padėtį vertinimas

Kainų pokyčių sąsajas su lūkesčiais tyrė S. Urbonavičius ir I. Pikturnienė (2010) [9], kurie atliko vartojimo tyrimą priklausomai nuo gyventojų amžiaus grupių. Jie atskleidė pajamų ir kainų lygio lūkesčių ryšį su vartojimo pasikeitimais ekonominės krizės metu. Tyrimas rėmėsi prielaida, kad emocinis individo atsakas priklauso nuo dabartinių pajamų ir kainų lygio palyginimo su tikėtiniais dydžiais. Rezultatai leido patvirtinti tai, kad einamosios ir laukiamos pajamos turi didelį poveikį individo vartojimo kitimui tiek kiekybiniu, tiek kokybiniu aspektu, kita vertus, stiprus ryšys tarp vartojimo sprendimų ir esamų bei tikėtinų kainų suvokimo neužfiksuotas. Vyresni tyrimo dalyviai įvertinti kaip labiau prognozuojami ir nuoseklesni negu jaunesnė karta, nes jų emocinis atsakas į ekonominę krizę labiau atitiko realius vartojimo sprendimus, tuo tarpu jaunoji karta įvertinta kaip nenuspėjamesnė, o jų vartojimo sprendimai – nenuoseklūs. Apibendrinant gautus tyrimo rezultatus galima teigti, kad jaunoji karta suformavo optimistiškesnius lūkesčius dėl ateities nei vyresnė karta.

Atlikta kainų lygio ir nedarbo lygio tendencijų analizė parodė, kad dažnai kitimo tendencijos sunkiai paaiškinamos ir prieštaringos, todėl šių faktorių panaudojimas galutiniam VPR vertinimui kelia abejonių.

Gyventojų nuomonės taupymo požiūriu išsiskiria iš kitų, nes net krizės akivaizdoje gyventojams būdingas polinkis taupyti išliko ir galimybė sutaupyti dabar buvo vertinama teigiamai. Tai patvirtino ir gyventojų santaupų komerciniuose bankuose nemažėjimas prasidėjus pasaulinei finansinei krizei bei staigiai nusmukus ekonomikai Lietuvoje. Pastebimas paradoksas dalykas, kad nuo 2008 m. vidurio (žr. 3 pav.) galimybė taupyti dabar pastoviai buvo vertinama geriau nei tikimybė sutaupyti ateityje.

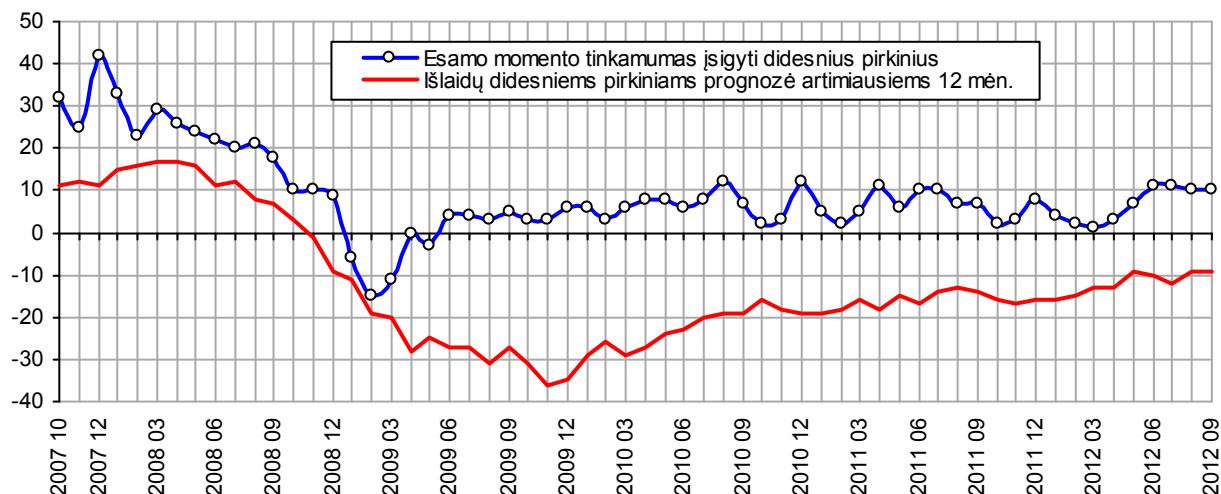


Šaltinis: apskaičiuota remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis <http://www.stat.gov.lt>.

3 pav. Namų ūkių nuomonės apie tinkamumą taupyti vertinimas.

Vartotojų nuomonių tyrimas leidžia išsiaiškinti daug vertingos informacijos apie vartotojų ketinimus išlaidauti, tačiau didžioji dalis gaunamos informacijos nėra tinkamai įvertinama ir panaudojama. Per tyrimą be jau minėtų klausimų yra teiraujamasi apie respondentų ketinimus per artimiausius metus įsigyti didesnių pirkinių: tai ketinimai pirkti ar statyti namą, butą ir pan.; tikimybė per artimiausius 12 mėn. pirkti automobilį; tikimybė išleisti didelę sumą būstui pagerinti; pinigų suma, kurią ketinama išleisti didesniems pirkiniais per artimiausius 12 mėn., palyginti su suma, išleista per praėjusius 12 mėn. Vertinant atsakymus į šiuos klausimus galima pastebėti, kaip keičiasi respondentų nusiteikimas ir galimybės ateityje skirti lėšų didesniems pirkiniais (baldams, buitinei technikai). Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad net nedideli šių rodiklių pokyčiai gali lemti didelius namų ūkių vartojimo išlaidų pokyčius. Todėl verta stebėti, kaip kinta respondentų nuomonės dėl galimybės ateityje išleisti didesnes pinigų sumas.

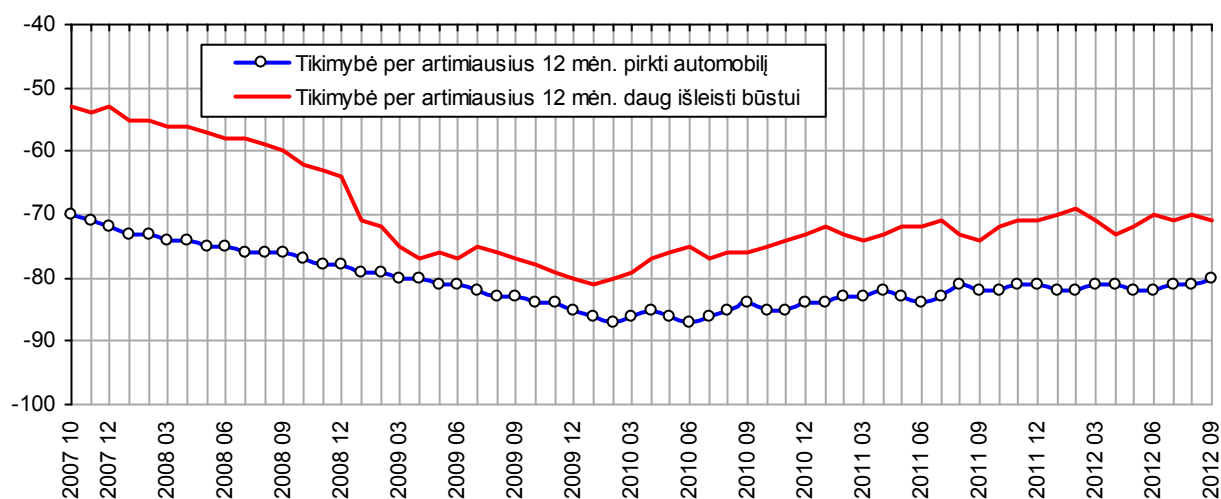
Skirtingai nei 1 ir 2 pav. pateiktos kreivės, 4 pav. iliustruoja pesimistiškesnes nuomones dėl didesnių pirkinių ateityje nei dabar. Esamas momentas pesimistiškai įvertintas tik 2009 m. pradžioje prasidėjus pasaulinei finansinei krizei, bet greitai vėl pasikeitė į optimistinę. Tai siejasi su nuomonėmis dėl taupymo (žr. 3 pav.).



Šaltinis: apskaičiuota remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis <http://www.stat.gov.lt>.

4 pav. Namų ūkių nuomonės apie tinkamumą įsigyti didesnius pirkinius kitimas

Taip pat pesimistiškai vertinta galimybė skirti didesnes lėšas automobiliui pirkti arba būstui įsigyti (procentinis balansas iš atsakymų – labai tikėtina, gana tikėtina, gana netikėtina, labai netikėtina) pasaulinės finansinės krizės pradžioje. Tačiau šiuo atvejų nuomonės neblogėjo taip staigiai, kadangi lėšos šiam pirkiniiui kaupiamos ilgesnį laikotarpį. Nuomonių pagerėjimas taip pat pastebimas nuo 2010 m. pradžios (išskyrus galimybę sutaupyti dabar ir galimybę įsigyti didesnius pirkinius).

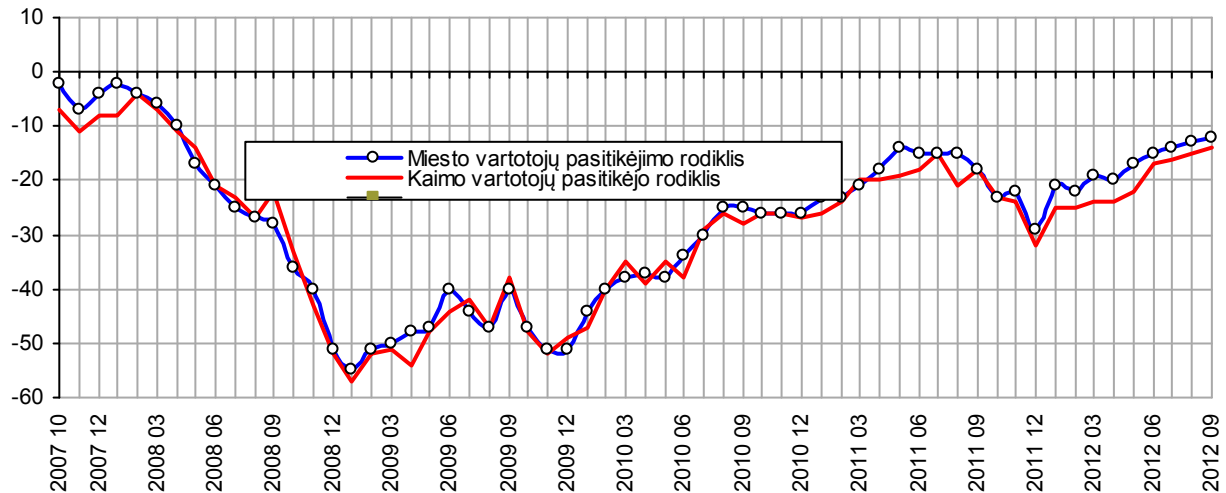


Šaltinis: apskaičiuota remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis <http://www.stat.gov.lt>.

5 pav. Namų ūkių nuomonės dėl didelių išlaidų galimybių vertinimas

Kadangi duomenų bazėje esantys duomenys leidžia išskirti tyrimo rezultatus miesto ir kaimo vartotojų atžvilgiu, kitame grafike (6 pav.) pateikiamas apskaičiuotas vartotojų pasitikėjimo rodiklis mieste ir kaime, numatant, kad jie gali žymiai skirtis, nes miesto ir kaimo žmonių gyvenimo sąlygos ir pajamos skiriasi. Tokia nuomonė daugiausia susidaro dėl įsitikinimo, kad kaimo vietovėse mažesnės galimybės gauti darbo pajamų ir ten gyvena didžioji socialinės paramos gavėjų dalis. Tačiau rezultatas stebina – sujungus visus anksčiau nagrinėtus aspektus svyravimai tarp miesto ir kaimo yra labai nedideli.

6 pav. matomas staigus pasitikėjimo rodiklio kritimas nuo 2008 m. pradžios. Įsitikinome, kad tokią situaciją lėmė infliacijos ir nedarbo rodiklių vertinimai, tad darytina išvada, kad šiuos rodiklius panaudoti tikslingiau kaip individualias nuomones dėl infliacijos ir nedarbo, o ne vertinant bendrai.



Šaltinis: apskaičiuota remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis <http://www.stat.gov.lt>.

6 pav. Miesto ir kaimo vartotojų pasitikėjimo rodiklis

4. Išvados

Lūkesčių hipotezė, nors sulaukė nemažai kritikos ir prieštarų vertinimų, pateikė pagrįstą siūlymą, kaip tinkamai analizuoti ir modeliuoti ekonominių subjektų lūkesčius. Būtent racionalių lūkesčių teorija išstūmė klaidingą nuomonę apie preferencijų formavimąsi. Prielaida apie gyventojų, verslo įmonių, finansų rinkų elgesio racionalumą remiasi tuo, kad ekonominiai subjektai suinteresuoti ir daro viską, kad kuo tiksliau numatytų ateitį.

Masinėse informacijos priemonėse, pirmaujančių ekspertų pasisakymuose ir moksliniuose straipsniuose vyravo nuomonė, kad gyventojų nuotaikas dėl esamos finansinės situacijos ir lūkesčius dėl ateities stipriai paveikė pasaulinės finansinės krizės pradžia ir staigus ekonomikos nuosmukis Lietuvoje. Tačiau grafikuose pateikti duomenys rodo, kad dažniausiai gyventojų nuomonės kryo labiau į pesimistinę pusę jau anksčiau. Tai patvirtina daugelyje šalių tiriant vartotojų nuomones ir pirmaujančių mokslininkų pastebėjimus lūkesčių tyrimuose pastebėta situacija, kad gyventojai sugeba mąstyti racionaliai ir teisingai vertinti esamą situaciją bei galimybes artimiausioje perspektyvoje. Vertinant prieškrizinį laikotarpį namų ūkiai pajamų sumažėjimą numatė gerokai anksčiau.

Lietuvoje vykdomi vartotojų nuomonių tyrimai suteikia gyventojų lūkesčių vertinimo galimybę, tačiau tyrimų metu gaunama informacija nėra pakankamai analizuojama ir panaudojama, todėl tikslinga plačiau panagrinėti į apklausas įtraukiamus klausimus siekiant tiksliau numatyti vartotojų ketinimus. Ypač verta aptarti infliacijos ir nedarbo rodiklių panaudojimo tikslingumą. Ištyrus vartotojų pasitikėjimo rodiklio kaitą pabrėžtina šio rodiklio, kaip vieno iš ekonominių orientuojančių rodiklių, įspėjančių apie galimus ekonominius sunkumus, svarba.

Literatūra

1. Blanchard O. 2006: *Macroeconomics 4th edition*. Vilnius, Tyto alba.
2. *Economic databases and indicators: Business and Consumer surveys* (2011–2012). Brussels: European Commission. Prieiga per internetą: http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/time_series/index_en.htm.
3. Frydman R. 1986: *Individual rationality, decentralization, and the rational expectations hypothesis. Individual forecasting and aggregate outcomes: "Rational expectations"*. Cambridge University press, p. 97–122.
4. Young W., Darity W. Jr. 2001: *The early history of rational and implicit expectations. History of political economy*. Cambridge University press.
5. Lapinskas R. 2008: *Time series analysis*. Vilniaus universitetas, 151 p.
6. Lucas R. E. Jr., Sargent T. J. 1979: *After Keynesian Macroeconomics. The rational expectations revolution: readings from the front line edited by Preston J. Miller*. Cambridge: The MIT press, p. 5–30.
7. *The joint harmonized EU programme of business and consumer surveys: User guide* (2004). Brussels: European Commission.
8. Sargent T. J. (1980). *Rational expectations and the reconstruction of macroeconomics. The rational expectations revolution: readings from the front line edited by Preston J. Miller*. Cambridge: The MIT press, p. 31–39.
9. Urbonavičius S., Pikturnienė I. 2010: *Consumers in the face of economic crisis: evidence from two generations in Lithuania. Economics and management*, No. 15, p. 827–834.

10. Vartotojų nuomonių statistinio tyrimo metodika 2008: Lietuvos statistikos departamentas, 7 p. Prieiga per internetą <http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1612>.
11. Vartotojų nuomonių tyrimų rezultatai 2010: Lietuvos statistikos departamentas, 43 p. Prieiga per internetą <http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1612>.

LITHUANIAN CONSUMERS EXPECTATIONS AND THEIR ASSESSMENT

Algimantas Misiūnas, Rūta Jazukevičiūtė

Abstract. In the first part of the paper the historical development of consumer expectations, the evolution and estimation of the main expectations theories, the impact of economical expectations various economic processes are reviewed through the analysis of literature. The second part of the paper presents consumers surveys that provide a possibility to evaluate and track consumer expectations.

After the analysis of literature the author carried out a study to model alternative methods that could reflect consumer's expectations. The results of consumer surveys in Lithuania were the main information source for the research. In the research process, the author analyzed the fluctuations and compositions of consumer confidence indicators.

The conclusions and recommendations summarize the main concepts of the analysis literature and the main results of the research performed. The results of the study could be useful to economic policy-makers, business representatives, analysts and other persons concerned.

Keywords: consumer expectations, tendencies, confidence indicators, econometric analysis.